

卖场促销今天“提前开闸”

无理由退货成为今年五一家电行业促销新手段

“以前以为五一假日促销就是从5月1日到3日的3天法定假日,没想到从4月18日就开始了!”当听说苏宁、永乐等卖场五一促销提前的消息时,家住二七区航海路的王馨表示,自己很意外。河南国美总经理张德炬介绍说:“每年的五一黄金周既是家电卖场促销的‘黄金周’,更是消费者购买家电的‘黄金周’,今年为了给消费者充足的时间选购黄金周家电,家电卖场几乎同时提前启动五一促销,全品类、全品牌,低价直供消费者。”

郑州晚报记者 樊无敌

多方因素致卖场促销期提前

历年来,元旦春节、五一黄金周和十一长假都是家电市场的三波热卖档期。随着“金三银四”楼市旺季的到来及家装、结婚高峰期的到来,家电市场也早已按捺不住,跃跃欲试。“今年的五一黄金周热卖,国美电器将提前于4月25日启动,以便留给消费者更多的选购时间。”张德炬介绍说。

“今年的春天来得早,五

一选择出去游玩的消费者很多。为了给消费者留出足够的选择空间和时间,国美将提前启动五一促销,为消费者带来全品类的优惠商品。”

促销提前,业内人士有何看法呢?家电专家罗清启分析说,促成家电卖场促销提前的原因有很多,“首先,目前的家电市场相对于前几年,处于比较冷淡的时期,这样的背景下各个品牌、卖场

之间竞争又愈发激烈。提前促销,一方面可以占据市场制高点,另一方面,也确实方便了消费者购物,可以留给出游族充足的时间。再者,家电不同于一般的消费商品,因为有一个送货和安装的过程。提前促销期,可以有效缓解节日集中消费、安装的问题,拉长战线,对消费者和商家来说是两全其美的事。”

许多消费者青睐节前购物

对于提前促销,消费者有何看法?河南五星一位负责人解释说,对于促销扎堆前移的原因,多数商家避而不谈线上竞争,称意在分流传统节日客流。

“考虑到四五月份新婚新居的增加以及往年消费惯性,消费者在五一期间对家电需求强烈,因此永乐提前启动五一促销。”河南永乐总经理王巍说,以此来延长家电消费高峰期,以此保障消费者在此时间段享受更多低

价实惠的家电活动。

“提前释放五一优惠是顺应消费者需求,可以让消费者进行更多的理性比较和筛选。”家电专家苏亮说,根据以往的经验来看,传统节日的扎堆看似很热闹,但实际上并不利于卖场的销售,因为卖场的促销资源和服务资源有限,面对过多的客源,服务品质和促销承诺有可能会打折扣。“将促销时间前移,可以让卖场有更多的精力和空间保证相关家电的安装和售后服务,对消

费者的服务更有保障。”

对此,记者随机采访的市民中,大部分人表示,自己很赞成商场的行为。28岁的尹丽说,自己已经在4月中旬就装好了结婚用的新房,而自己的婚期则定在了6月份。“5月份是一定要把家电都置办齐全的,但我和老公请了婚假,连着五一一起休,这样一来,就没有时间选购家电了。卖场提前促销,正好给了我们一个合适的时间,弥补了买不到促销家电的遗憾。”

无理由退货等成吸客新手段

家电行业因为品类原因,很难像商场一样靠品牌吸引顾客。一直以来,家电行业都是以价格战为吸客手段。每个促销节点,各个家电卖场的海报都是首先打出热销款冰箱、空调X折来吸引眼球,预存赠券等方式也已经被消费者所习惯。

采访中,发现,目前消费者无论去哪个家电卖场,都可以把玩手机、相机等数码产品。还可以现场体验网上下单,包括二维码墙面、商品自提点等线上线下融合的初步尝试。“价格已经透明化了,简单的体验式大家也都有,现在就是拼销售人员现场服务和售后渠道。”在苏宁二七店一位销售空调的服务员说。

据了解,在新《消费者权益保护法》关于网购7天无理由退换货的要求上,苏宁、国美都已经实现15天无理由退货。苏宁的附加值是抽iphone 6,国美则宣布只要消

费超过500元,便可凭当天打车发票报销打车费,最高可获得50元的打车补贴费,打车补贴在当次购物结算中直接抵扣。

不过,自从家电下乡、节能补贴等政策退出,业内普遍认为家电行业政策刺激已让市场出现了提前透支,家电行业销售如果还想看到好看的数字,压力不小。五一虽然是传统促销大节点,但今年五一市场反应显然比去年晚。去年,国美在4月20日就启动促销,今年虽然今天开始启动,但大商电器河南公司总经理李亮表示:“市场还没热起来。除了还没放假的原

因外,就是消费者都精明,知道‘五一’前一周的价格大约会探底。”对于五一整个家电市场,他表示乐观,“毕竟是结婚季装修季,对家电都是硬需求,市场应该不会减小。”

■总有话说

永乐花园路超级旗舰店重装后今日开业

永乐邀您共享“聚惠”Party

访河南永乐生活电器营运总监 赵继永



随着郑州的快速发展,近几年,在郑州花园路与农业路交叉口附近逐渐形成了一个区域性商圈,丹尼斯、大商新玛特、家乐福、永乐生活电器等众多知名厂商云集在这里。“2009年11月,永乐花园路一开业就受到了城市精英的追捧。”河南永乐生活电器营运总监赵继永在接受记者采访时表示,永乐花园路超级旗舰店日前重装升级改造,采用目前国际流行的装修风格,将新品、精品与特价商品完美结合,在销售各类生活家电的同时,更提倡一种品质生活理念。

郑州晚报记者 樊无敌 文/图

服务保障花园路店硬软件提升

从今天到4月28日,永乐花园路店开业,届时,永乐将联手全国知名供应商,以充足的资源配备和政策实实在在地在礼遇每一位消费者。花园路店的开业要看长期的贡献,终端硬件已经领先于对手,硬件设施做到了,接下来就是如何提供高质量的服务。谈到管理及服务理念,赵继永说:“近年来家电行业经历了激烈的竞争,终端消费市场产品的挑剔程度与日俱增,低层次的价格竞争已远远不能满足市场的需求。如何使一流的品牌一流的产品在市场上占据有利的位置,如何使消费者购买到性价比最高的商品,河南永乐都扮演着积极的角色。”

“价格是硬道理”,赵继永分析说,最“硬”的费用节约,是最大的服务。永乐为消费者带来了惊喜,打破了诸多地区保守而顽固的价格体系。

永乐利用自己的质量控制体系,对所有销售产品进行立体化的

质量控制,消除了消费者因很多质量问题而引起的麻烦,这是其他家电零售企业都做不到的。在选择经营商品的过程中,要对生产厂家的规模、生产线作业情况、产品技术参数及产品的检验情况以及厂家的资信情况、各项保修退换承诺和现实情况、市场的认可程度等作详细的调查分析,并在此基础上对各类不同型号的产品,要求厂家按国家标准要求提供技术检测及家电专业检测证明报告,同时与厂家签订有关产品质量保障的公司条款。“永乐拥有中国最大的销售网络,因此享受它所提供的服务人群也是最大的。”赵继永指出,由于永乐原有渠道本身产品品类的限制,消费者往往是跑遍多家店才能买到所需商品。1999年永乐迈出全国连锁第一步后,又先后引入手机、IT、数码产品,最大限度地延长了产品线。永乐因此拥有了全国最全的产品品类,消费者购物不必再东奔西跑、浪费时间了。

200亿货品资源超强阵容齐登场

赵继永认为,真正的售后服务应当具有一定附加值,是能够为产品增值的部分,对消费者而言是“越多越好因素”,甚或是一些消费者预期之外的“惊喜因素”。如永乐为消费者提供的价格服务、省时服务以及知识服务。这样的服务才是真正能够最大限度使顾客满意、提高公众对企业满意度、赢得消费者忠诚度的砝码。

如今的市场,消费者拥有越来越大的话语权,传统的服务已经不能满足消费市场的新需求,基于以消费为导向,永乐采取以服务为核心竞争力的发展策略,不断创新自身的品牌规划,打响了服务营销战的第一枪,这是永乐在服务上的一贯作风,也是探索、创新精神的体现。

花园商圈的商业价值决定了永乐花园路店的战略地位。赵继永信心十足地说,今天的开业盛惠,一个万众瞩目的购物狂欢节,五一前家电“大聚惠”,200亿货品资源超强阵容齐登场,让市民过一个实惠的家电购物季。

永乐花园路店开业,永乐将联手全国知名供应商,以充足的资源配备和政策实实在在地在礼遇每一位消费者。花园路店的开业要看长期的贡献,终端硬件已经领先于对手,硬件设施做到了,接下来就是如何提供高质量的服务。谈到管理及服务理念,赵继永说:“近年来家电行业经历了激烈的竞争,终端消费市场产品的挑剔程度与日俱增,低层次的价格竞争已远远不能满足市场的需求。如何使一流的品牌一流的产品在市场上占据有利的位置,如何使消费者购买到性价比最高的商品,河南永乐都扮演着积极的角色。”

